

## МАРКЕТИНГ НА ПАДАЮЩЕМ РЫНКЕ

### Как зарабатывать, когда у клиентов падают доходы?

Рынок падал множество раз. Кризис — явление отнюдь не новое. Каждое сильное политическое потрясение за последние несколько сот лет, каждая война, смена правительства и другие подобные катаклизмы вызывают снижение в той или иной стране.

В момент, когда пишется эта статья, Россия переживает спад экономики и новый расцвет пропаганды. На самом деле прямо сейчас ничего не предвещает роста финансовых показателей. Мы настроили против себя весь мир. Независимо от того, какие причины двигали нашим правительством и насколько это было оправдано — это факт. И как бы ни надрывались пропагандисты с экранов телевизоров, бизнесмены чувствуют себя хуже и хуже с каждым годом. И эта тенденция не имеет предпосылок к завершению.

Любая организация может быть богатой, только обменивая свои продукты на внешнем по отношению к ней рынке. Например предприятие малого бизнеса не выживет, продавая товары исключительно своим сотрудникам. То же самое касается и страны.

Использовать собственное население как рынок — совершенно правильно. Но для этого нужно, чтобы у этого населения были деньги. А прирост денег возможен только от экспортных операций. Замкнутая система не будет расти.

Если страна не продает товары и услуги на внешние рынки, ее благосостояние будет снижаться.

Существует еще два способа стать богатым. Первый — завоевывать другие страны и грабить их, распределяя завоеванные богатства среди элиты (так поступал СССР). Второй — воровать из бюджета и брать взятки (так поступают чиновники и олигархи в коррумпированных странах). Оба этих пути тупиковые, так как в обоих случаях на вас копится компрометирующий материал, который в любой момент может быть запущен в действие. Человек, который знает, что в любую секунду у него могут отобрать буквально всё (включая свободу или даже жизнь), не может наслаждаться наворованным богатством. Он превратится в невротика и потеряет способность получать удовольствие от жизни. Станет эмоциональным импотентом, лихорадочно стремящимся испытать счастье, которое никогда не будет достижимо. Это ответ на загадку, почему богатые люди спиваются, садятся на наркоту и заканчивают жизнь самоубийством. Или, что еще хуже, — в психушке.

Единственный способ заработать много денег на падающем рынке — стать настоящим специалистом в маркетинге.

Слово «маркетинг» происходит от слова «market» - рынок. Окончание «ing» в английском языке означает продолжающееся действие. То есть маркетинг — это работа с рынком сбыта. Его единственное предназначение — получение дохода.

К маркетингу можно таким образом отнести любое действие на рынке сбыта, которое приводит к получению дохода. Так этот термин проще всего понять в правильном ключе.

Вам нужны деньги? Значит вам нужно знать маркетинг. Ведь рынок сбыта — единственный источник вашего дохода.

Когда слабый и глупый человек сталкивается с проблемой, он снижает скорость или даже останавливается. Когда сильный и компетентный человек сталкивается с проблемой, он *удваивает* скорость и количество прилагаемых усилий.

В маркетинге удвоением количества усилий было бы усиление продвижения на рынок. А большинство бизнесменов в кризис сокращают количество рекламы.

Когда нужно экономить на рекламе и на какой? Нужно в обязательном порядке отменять ту рекламу (и отказываться от любых трат на неё), которая вообще не приносит дохода и не окупается хотя бы с минимальной прибылью. Убыточная реклама должна быть ОТМЕНЕНА.

Но что же тогда останется?

Прибыльная реклама. Либо прибыльные действия по продвижению на рынок, которые не являются рекламой.

Если вы отменили убыточную рекламу, следует ли вам уменьшить на эту сумму рекламный бюджет? Может быть даже полностью упразднить его, и пустить деньги в оборот?

Нет, нет и нет. Вы должны **УВЕЛИЧИТЬ** рекламный бюджет. Удвоить или утроить. И пустить его лишь на те способы продвижения, которые приносят деньги.

Если вы катитесь на велосипеде, и дорога внезапно пошла в гору, вам потребуется с удвоенной силой налечь на педали, вместо того, чтобы бросить их. Если вы вообще хотите куда-либо доехать.

В кризис у вас появляется больше косвенных конкурентов — человек может предпочесть потратить деньги не просто на вашего прямого конкурента, а на что-то совершенно постороннее. Потому что денег в принципе стало меньше, и клиент выбирает уже не «купить японский кондиционер, или китайский», а «купить мне кондиционер или заплатить врачу (купить одежду, еду, велосипед)». Так как ему не хватает и на то, и на другое. А раньше хватало.

Вы должны уметь намного лучше аргументировать, почему нужно покупать именно у вас, и почему именно эта покупка сейчас для клиента так важна.

Профессионализм в продажах (индивидуальные продажи) и в маркетинге (массовые продажи) должен быть повышен.

Думаете, время расслабиться? Подумайте получше. Время собраться с силами. Да, снова.

Тут встает дилемма: а если никакие действия по продвижению не дают нужного эффекта? Если отмена всей неэффективной рекламы приведет к полной её отмене, так как вся реклама неэффективна?

В этом случае вам нужно стать мудрыми, как Сократ, который считается самым мудрым из греческих философов. Главная мысль, которая сделала его таким мудрым — мысль о том, что он ничего не знает, и осознает это, а другие ничего не знают, но думают, что знают. Вы должны осознать, что ваша квалификация в маркетинге *недостаточна* и срочно её поднять, причем на практике.

Вы можете получать образование в интернете, смотря ролики. Но такой способ повышения квалификации никогда не родит профессионала. А на падающем рынке недостаточно быть дилетантом — только растущая экономика прощает недостаток подлинного мастерства.

Я внес свои пять копеек в этот процесс и обеспечил, чтобы людям было, где обрести настоящие умения. Несколько лет разрабатывалась и тестировалась серия инструментов «Маркетинговый мост к финансовой свободе», и программа «Профессиональный маркетинг», обучающая этим инструментам на практике. Это самоокупаемая программа, так как её участники за несколько недель выполняют больше 300 маркетинговых действий в отношении собственного рынка сбыта, зарабатывая дополнительные деньги прямо в процессе. Экзамен очень прост — вы должны заработать деньги.

Именно такой подход должен быть к маркетингу и к профессионализму на рынке: есть доход — есть понимание маркетинга. Нет дохода — нет понимания. Это один из самых конкретных предметов, в котором результат понятен и очевиден: деньги.

Посмотрите, какие действия по продвижению приносят вам деньги прямо сейчас. Усиьте их, вложите в них больше денег. Отмените полностью те действия, которые не окупаются. Замените их на современные, привлекающие клиентов с деньгами прямо сейчас. А если вы не уверены в том, что точно знаете, какие инструменты дадут эффект — как можно быстрее повысьте свою квалификацию. Это совсем не сложно, если уделить вопросу чуть-чуть внимания.

Вадим Мальчиков,  
президент «Центральной тренинговой компании».